

Comunicato stampa

Professione 'influencer': 25mila aziende danno spazio ai Digital Content Creator

*Da InfoCamere-Università di Padova la prima ricerca sul fenomeno in Italia
Imprese triplicate (+185%) negli ultimi 10 anni, Milano hub nazionale con
3800 imprese, ma il Sud tiene il passo del Nord*

Roma/Padova, 11 febbraio 2026 – Sono oltre 25mila le imprese italiane nate intorno alla creazione di contenuti digitali: YouTuber, tiktokker, influencer e video maker che hanno trasformato competenze digitali e creatività in vere e proprie attività economiche strutturate. È quanto emerge dalla prima ricerca italiana sul tema, condotta da InfoCamere in collaborazione con l'Università di Padova, che fotografa un fenomeno in forte espansione e mette a fuoco la mappa dell'imprenditorialità digitale nel Paese.

Tra il 2015 e il 2024, il numero di **Digital Content Creator** è cresciuto del 185%, passando da circa 9mila a oltre 25mila imprese. Un'espansione trainata soprattutto dalle aziende "core" (+206%), cioè quelle che operano direttamente nei settori della produzione audiovisiva, del marketing digitale e della gestione di piattaforme online. Ma anche le imprese "ibride" – che integrano la content creation in settori tradizionali come moda, turismo, fitness e consulenza – sono più che raddoppiate (+155%). Il vero punto di svolta si colloca nel biennio 2020-2021, quando la pandemia ha accelerato la domanda di contenuti e servizi di comunicazione online, aprendo nuove opportunità di mercato. Da quel momento, la crescita non si è più fermata.

*"Questa ricerca dimostra come il Registro delle Imprese sia oggi molto più di un archivio amministrativo: è un vero e proprio osservatorio in tempo reale dei fenomeni economici emergenti", dichiara **Paolo Ghezzi**, Direttore Generale di **InfoCamere**. "La capacità di intercettare, analizzare e restituire queste trasformazioni è fondamentale per comprendere dove sta andando il sistema produttivo italiano. I Digital Content Creator rappresentano una nuova frontiera imprenditoriale che nasce da competenze, creatività e reti digitali, più che da capitali tradizionali. Saperli individuare e raccontare significa offrire strumenti concreti a istituzioni, policy maker e imprese per orientare scelte strategiche e accompagnare l'innovazione".*

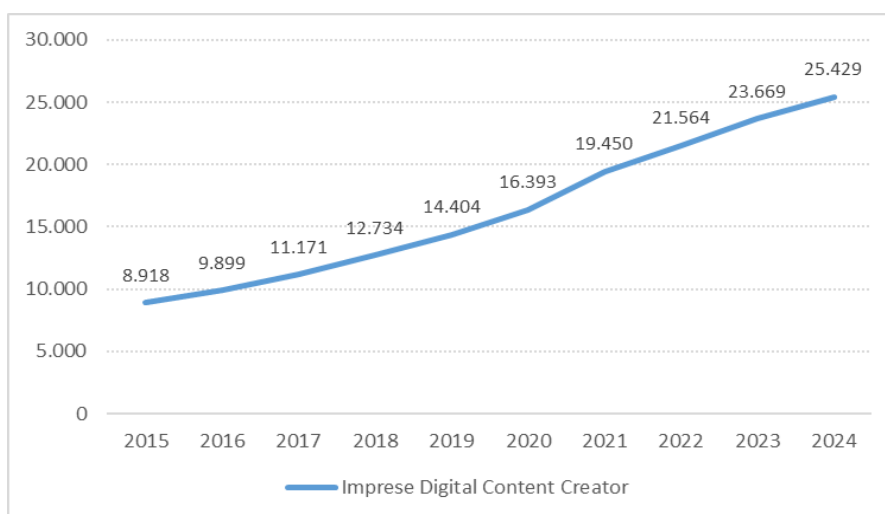
*"L'alfabetizzazione digitale", afferma il Prof. **Paolo Gubitta** dell'**Università di Padova**, coordinatore della ricerca, "è una leva di inclusione, capace di redistribuire opportunità e di favorire la partecipazione attiva al mercato del lavoro. È un fenomeno di democratizzazione produttiva, che sostituisce al capitale economico il capitale di competenza e di rete. In questo scenario, le imprese nate nell'ambito della digital content creation identificano il passaggio da competenza d'uso alla capacità di fare impresa nel digitale. Si tratta di un fenomeno che esprime una nuova forma di imprenditorialità diffusa, in cui la competenza tecnologica è al tempo stesso strumento operativo e fattore identitario".*

Per individuare queste realtà, la ricerca ha analizzato i dati del Registro delle imprese utilizzando tecniche di text mining alla ricerca di parole chiave presenti nell'oggetto sociale delle aziende: YouTube, TikTok, Instagram, content creator, video maker, influencer, streamer e termini correlati. Il risultato è una fotografia inedita di un settore che fino ad oggi era rimasto 'invisibile' alle statistiche tradizionali.

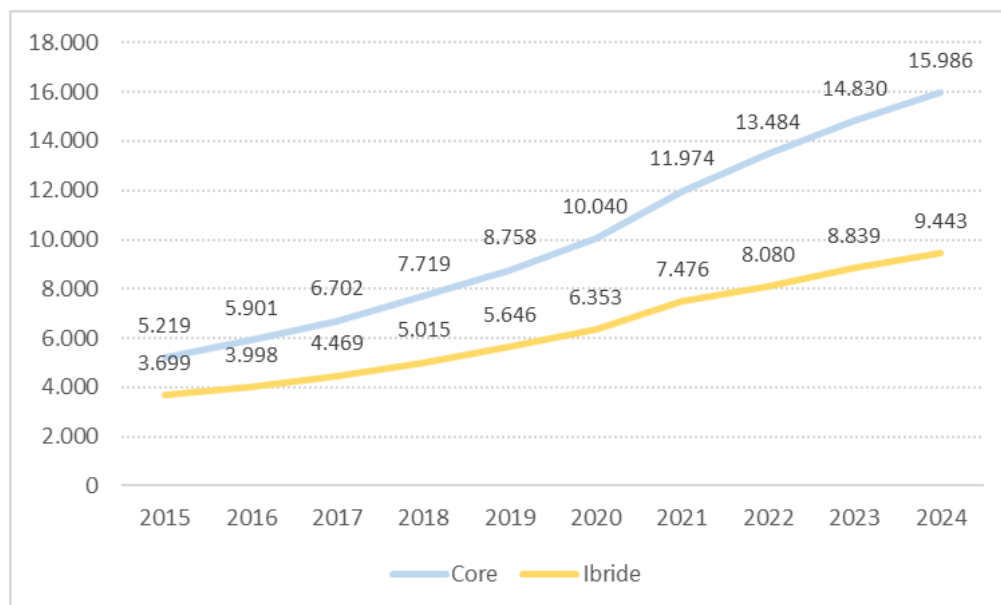
Il dato forse più sorprendente riguarda la distribuzione geografica. Per la prima volta, un settore legato all'innovazione digitale mostra una presenza equilibrata su tutto il territorio nazionale: il Nord Ovest concentra infatti il 30,2% delle imprese (7.681), il Centro il 26,9% (6.834), il Mezzogiorno e le Isole il 27,9% (7.103) e il Nord Est il 15,0% (3.811). Milano conferma il suo ruolo di hub digitale nazionale con oltre 3.800 imprese, pari al 15% del totale, ma accanto ai poli tradizionali emergono nuove realtà come Puglia, Sicilia e Campania, dove il contenuto digitale è diventato strumento di promozione territoriale e di narrazione identitaria. Il profilo di queste imprese restituisce l'immagine di un settore giovane e dinamico. Oltre l'80% delle imprese ha meno di 10 anni di attività, contro il 60% del campione di controllo costituito da imprese tradizionali dello stesso settore. Gli amministratori hanno un'età mediana di 48-49 anni, circa 6 anni in meno rispetto alla media nazionale, con una forte presenza di under-40 e, nelle imprese core, anche di under-30.

Emerge inoltre una quota lievemente più alta di donne amministratrici (27,6% nelle ibride, contro il 26,3% nelle imprese di controllo), segnale di una maggiore accessibilità imprenditoriale in un settore dove le barriere d'ingresso sono più basse: non servono grandi capitali, ma competenza digitale, creatività e capacità di costruire comunità online. Dal punto di vista dimensionale, il 93% delle Digital Content Creator è costituito da micro e piccole imprese (fino a 9 addetti), riflettendo la natura artigianale-digitale del fenomeno. Tuttavia, molte di queste realtà stanno evolvendo verso forme più strutturate, con collaboratori stabili e modelli di business definiti.

Digital Content Creator: evoluzione delle imprese nel periodo 2015-2024



Digital Content Creator: distribuzione regionale delle imprese 'core' e 'ibride'



Digital Content Creator: distribuzione regionale delle imprese 'core' e 'ibride'

